

LO QUE CARACTERIZA a los hombres de "Marketing" es que debemos vivir el futuro, lanzados sobre el mañana en tanto dirigentes pero, sobre todo, en tanto hombres.

Voy a hablar, entonces, del hombre como dirigente de comercialización. Es un poco ambicioso mi empeño pero los pueblos nos están esperando y los pueblos no esperan a dirigentes, sino a hombres con calidad de dirigentes, hombres que, en un mundo de alta técnica y abundancia de medios técnicos para la conducción, humanicen la técnica, y utilicen sus instrumentos no como fines sino como medios. Nada más deplorable que caer en esa desgraciada imagen del tecnócrata, imagen que debemos desterrar como hombres cabales con exacto sentido de la función de servicio.

El mundo de hoy es un mundo tentadoramente ofrecido a la alta aventura de la empresa humana; es un mundo que ya, otros hombres con más dotes y condiciones que nosotros, hubieran querido tener frente a sus ojos y ante su genio creador. Porque es un mundo en que el hambre, la miseria y, simultáneamente un imperioso deseo de una vida mejor, han sentado sus reales. Dos tercios de la población mundial padece hambre. Mil quinientos millones de campesinos esperan el momento de la explosión. Ser, *nosotros*, creadores de productos para esas bocas anhelantes; ser, *nosotros*, depositarios aunque sólo sea de una ínfima partícula de esperanza para paliar la necesidad y la insatisfacción de las gentes, da a nuestro trabajo un carácter casi misional.

Me pregunto, como muchos se habrán preguntado, hasta qué punto la Empresa permite nuestra propia realización humana. Y si no nos lo permite, y si la Empresa no la posibilita, ¿estamos, acaso, traficando y pervirtiendo esta fabulosa y extraordinaria persona que Dios hizo a su imagen y semejanza? Tal vez no sea así: porque nos realizamos dentro de la Empresa en la medida en que la Empresa es una empresa.

Hace siglos los hombres salían a realizar "su empresa", al viento el pendón y la divisa. Esa empresa se llamaba la Conquista, o las Cruzadas, o los Descubrimientos, o las Fundaciones. Así eran dignos de sus pueblos. En la sociedad actual, la Empresa se configura y se perfila como "empresa" porque tiene una misión y una función social que cumplir. En su Encíclica *Populorum Progressio*, Paulo VI señala que la producción es "requisito básico del desarrollo

Misión y servicio de la Empresa en función social

A fines del año pasado se reunió en Buenos Aires el IX Congreso Panamericano de Comercialización al que asistieron más de 500 delegados de casi todos los países del Continente, incluido Estados Unidos de Norteamérica. En el transcurso del Congreso, se efectuaron sesiones extraordinarias con la presencia del total de los congresales y, en una de ellas, el Delegado por la Argentina, José María Castiñeira de Dios, pronunció una conferencia sobre "Misión del dirigente de Comercialización".

Castiñeira de Dios —que además de ser uno de los poetas destacados de nuestro país, es un reconocido ejecutivo experto en "marketing",— expresó conceptos que por su trascendencia hemos creído conveniente reproducir en tanto son reveladores de una nueva mentalidad empresarial.

económico y del progreso humano". A la Empresa cabe realizar esa producción, esa realización de todos y para todos; y cada uno de nosotros dentro de la Empresa representa, al mismo tiempo, el gesto creador de esa misión y la cara de ese consumidor que nos está gritando su exigencia de más altos niveles de vida su reclamo a pautas más altas de felicidad. ¡Ningún servicio del hombre puede ser mejor que el de trabajar en beneficio y provecho de los demás hombres!

Cuando los bárbaros mataban a palos a los bisontes unos pocos elegidos fundaban la ciudad, esa extraordinaria realización colectiva que es la ciudad; y después creaban la rueda y la escritura. Cumplían, en su tiempo vital, la misión creadora del hombre. Eran hombres de una empresa. En el mundo de hoy —y cito de memoria— ha dicho Juan XXIII que las empresas son el modo y la posibilidad de que se concrete en bienes y servicios la genialidad creadora

por J. M.
CASTIÑEIRA DE DIOS

de los individuos. Tremenda responsabilidad, ya que la Empresa no puede responder a esa función simplemente *produciendo* sino *vendiendo*, no sólo *elaborando* sino *acercando* los productos a las gentes, a esos pueblos que están esperando el cumplimiento de tan insoslayable servicio. Ya no se podrá ser dirigente de empresa si no se asume, con silenciosa humildad, esa obligación; ya no se podrá ser dirigente de empresa si no se tiene una actitud profundamente volcada hacia los otros, hacia los seres de la "circunstancia" orteguiana. ¡Ya no se podrá ser dirigente de empresa mirando el desmoronamiento del iceberg y cruzándose de brazos! Hay un mundo que nos está exigiendo testimonio, y nuestra forma de dar testimonio, en tanto no somos santos, ni héroes, ni poetas, es nuestra capacidad de servicio. ¡Guay de aquel que disponiendo de medios y técnicas al alcance de sus manos no los ponga en función de servicio hacia el bien común!

Señores: esto implica, también, un sentido ético en nuestro trabajo, un profundo sentido ético. No podemos servir lo que no es merecedor de servicio. Si con orgullo blasonamos de ser "dirigentes en las empresas" es porque nuestro orgullo es el de hombres que trabajamos en todas las áreas de las Américas cumpliendo un servicio esencial para el "progreso del nuevo mundo". Para ello es preciso que aprendamos las nuevas técnicas, que las sometamos a nuestro dominio. Hombres que venimos de todas las áreas, desde el área de ventas hasta el área de marketing, desde la creación individual hasta el trabajo en equipo, todos llegamos a converger en un punto de convicción: nos damos cuenta de que no sólo queremos vender sino *dar servicio*, porque los seres humanos no se manejan, como querrían algunos, por solas razones económicas; que somos capaces de ver que en la necesidad y en la pobreza hay reclamos que debemos ayudar a satisfacer, o requerimientos para una vida con mayores goces y satisfacciones. Por eso, denodadamente, nos esforzamos por aprender las nuevas técnicas de comercialización, seguros de que ellas son medios idóneos para servir cabalmente según nuestra responsabilidad personal.

¿Qué son las nuevas técnicas de comercialización? Pueden ser un vasto compendio de ideas organizadas, pueden ser un ancho catálogo de palabras en inglés, pueden ser las enunciaciones del "Camino Crítico" o del "Pert"... Y si fuesen sólo eso nuestro esfuerzo para

aprenderlas sería una flagrante negación de nuestra alta condición humana. Cada uno de nosotros quiere saber las cuatro palabras en inglés, y saber qué es un Pert, saber qué es un "Camino Crítico", y saber qué es el "Planning", pero antes de todo eso queremos saber que cada acto nuestro responde a una necesidad de la comunidad, a un reclamo del mercado. Cada día estoy más convencido, al contrario de lo que expresara Ford, que la empresa "no es inhumana". No, no lo creo, y ¡guay! si lo fuese. La gran marea del hambre, la gran marejada de seres que claman por mejores niveles de vida, llama a las voluntades del hombre, aglutinadas en la Empresa, a otro empeño y destino.

Sabemos, con Juan XXIII, "que no hay crecimiento económico sin distribución de la riqueza por la justicia social".

Pero esa justicia social no es la limitada a un aumento de salarios; justicia social es que todo se oriente a defender y preservar y estimular la dignidad de la persona humana. Lo que nosotros hacemos, nuestro humilde trabajo de dirigentes de comercialización: crear productos *necesarios*, *programarlos*, *venderlos*, es un paso, un tramo de servicio para quienes quieren mejorar sus niveles de vida, para quienes van hacia "el progreso del nuevo mundo".

Señores: cada uno de nosotros cumple un rol; el que cada uno sepa en que lugar está y asuma su responsabilidad social, depende, también, de la Empresa. Pero la Empresa no es sólo un propósito individual sino una realización colectiva al modo de las primeras ciudades. Su nexo, es así, como en aquellas, la solidaridad y el servicio para el bien común.

Servicio de todos en una empresa que elabora, no para uno sino para todos, en una empresa que no confía sólo en su capital invertido sino en su capital humano para la realización de las cosas que otros esperan. Me parece muy importante, al verlos a todos reunidos aquí, compañeros míos de las tierras de América, hermanados en los mismos afanes e inquietudes, y, ¿por qué no decirlo?, en las mismas frustraciones de cada día, proclamar que asumimos la responsabilidad social de nuestra empresa personal en la responsabilidad de la Empresa. La Empresa es consciente, como lo enuncia la Empresa en que yo trabajo, que ya no se puede dar al material humano menor importancia en su capacitación, que la que se da a la investigación científica o al perfeccionamiento tecnológico o a la inversión en maquinarias, ya que la capacitación del personal, la formación de los nuevos dirigentes para el día de mañana, es una necesidad imperiosa. Esa necesidad nos reúne en este Congreso. Y el día de mañana está ya al caer; como dice nuestro Martín Fierro: "el tiempo sólo es tardanza, de lo que está por venir".